

SPRAWOZDAWCZOŚĆ A SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PODMIOTÓW

Dotkuś W.

*Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu,
Wrocław, Polska*

Z punktu widzenia jednostki gospodarującej powodem stosowania filozofii społecznej odpowiedzialności biznesu są czynniki kulturowe wynikające ze wzrostu znaczenia pozamaterialnych aspektów istnienia przedsiębiorstwa, w tym także postępującej globalizacji. Biznes społecznie odpowiedzialny to odpowiedź na zmiany zachodzące w otoczeniu przedsiębiorstwa, a wspólnym mianownikiem działań jest troska o człowieka i środowisko, w którym żyje.

Społeczna odpowiedzialność podmiotu za działania gospodarcze to koncepcja, według której firmy dobrowolnie prowadzą działalność uwzględniającą interesy społeczne i ochronę środowiska, a także relacje z interesariuszami¹, czyli grupami lub jednostkami, które mogą wpływać lub są pod wpływem działania przedsiębiorstwa za pośrednictwem między innymi jego produktów. Podmiot, który uważa się za odpowiedzialny społecznie nie tylko spełnia wszystkie wymagania formalne, ale także dobrowolnie angażuje się inwestując w zasoby ludzkie, ochronę środowiska i relacje z interesariuszami [1, s. 41–44]. Odpowiedzialny biznes to podejście strategiczne i długo-

¹ Społeczna odpowiedzialność biznesu posiada swoje standardy między innymi AA1000. Jest to jeden ze standardów społecznej odpowiedzialności biznesu, wypracowany w 1999 roku przez Instytut na rzecz Społecznej i Etycznej Odpowiedzialności (*Institute of Social and Ethical Accountability*), włączający kwestie społeczne i etyczne do zarządzania strategicznego organizacją. Innym standardem społecznej odpowiedzialności biznesu jest SA 8000. To zbiór zasad i procedur chroniących podstawowe prawa pracownicze, norma powstała w celu niezależnej weryfikacji wymogów społecznej odpowiedzialności, jakie powinno spełniać przedsiębiorstwo.

ОТЧЕТНОСТЬ И СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СУБЪЕКТОВ

Доткущ В.

*Вроцлавский экономический университет,
г. Вроцлав, Республика Польша*

falowe, oparte na zasadach dialogu społecznego, to osiągnięcie trwałego zysku przy jednoczesnym, racjonalnym kształtowaniu relacji z otoczeniem, to potężne narzędzie zarządzania, to także poczucie odpowiedzialności za konsumenta, inwestora, społeczeństwo, środowisko naturalne, za sukces gospodarki, stosowanie przejrzystych praktyk biznesowych opartych na szacunku dla pracowników, społeczności i środowiska [2, 125–136].

W Polsce strategia odpowiedzialności społecznej jest nadal tematem relatywnie nowym i nie do końca poznanym. Cieszy się rosnącym zainteresowaniem z jednej strony podmiotów związanych z biznesem oraz administracją państwową, a z drugiej mediów. Z punktu widzenia przedsiębiorstw ta koncepcja staje się wyznacznikiem ładu korporacyjnego oraz priorytetem w budowaniu kompleksowej strategii rozwoju przedsiębiorstwa [3, 73–74]. Należy podkreślić, że społeczna odpowiedzialność biznesu nie oznacza, że przedsiębiorstwo i jego właściciele, rezygnując z zysku mają poświęcić się działalności ekologicznej i pro społecznej. Ważne jest to, by w strategii dążenia do optymalizacji zysku uwzględniano także aspekty społeczne i ekologiczne. Tworzy się w ten sposób sprzyjający klimat społeczny, w którym przedsiębiorstwa mogą – z korzyścią dla gospodarki i społeczeństwa – realizować strategię harmonijnego i zrównoważonego rozwoju [4, 73–74].

Jednym z istotnych elementów społecznej odpowiedzialności biznesu mającym zapewnić transparentność informacji w tym zakresie jest sprawozdawczość z tego zakresu.

Obecnie panuje przekonanie, że sprawozdawczość skupia się za bardzo na formie prawnej, a za mało uwagi poświęca

treści ekonomicznej. Nie jest ona w stanie sprostać rosnącym potrzebom i wymaganiom inwestorów, którzy nie zadowalają się już suchą informacją z raportów finansowych. Preferuje ona nadal przeszłość, a nie przyszłość, koszt, a nie wartość, stąd wynika jej skupianie się na ustalaniu zysku memoriałowego. Współcześnie od rachunkowości oczekuje się niemal cudu².

W sprawozdawczości biznesowej zarząd jednostki musi zdecydować, które informacje ujawnić i jakie korzyści z ich posiadania odniosą użytkownicy. Zamknięcie luki informacyjnej (różnicy między wagą przypisywaną danej informacji lub miernikowi przez jego użytkownika a poziomem zaspokojenia jego potrzeb informacyjnych przez zarząd przedsiębiorstwa) może nastąpić nie tylko poprzez ujawnienie aktywów „niewidzialnych”, czy wskaźników sukcesu nowych produktów, wzrostu udziału w rynku itp. Jej zamykanie odbywa się również poprzez wypełnienie tzw. luki sprawozdawczości [5, s. 506-510], czyli poprzez ujawnienie takich informacji finansowych i w taki sposób, że ocena ich przydatności informacyjnej, zarówno przez użytkowników, jak i przez zarząd będzie wysoka.

Zintegrowane sprawozdawanie to wkład podmiotów w realizację polityki zrównoważonego rozwoju gospodarczego³ oraz osiągnięcie równowagi między efektywnością i dochodowością, a interesem społecznym.

Przy takich cechach decydujących o jakości sprawozdawczości jak: zrozumiałość, wiarygodność, porównywalność, dostosowanie do potrzeb użytkownika informacji, pojawia się jeszcze dodatkowy problem - możliwość kwantyfikacji olbrzymiej ilości werbalnej a w dodatku kwalitatywnej informacji.

Przykładem kierunku, w którym zmierza sprawozdawczość w obszarze odpowiedzialności społecznej może być struktura informacyjna raportu sporządzonego za 2012 rok przez Bayer Group.

Raport dotyczy działania korporacji Bayer Group w 2012 roku, dla potrzeb syntetycznej analizy kondycji majątkowej i finansowej Grupy raport prezentuje także podstawowe wskaźniki finansowe za lata 2011 i 2012, oraz : poniesione nakłady na inwestycje i badania, zatrudnienie z uwzględnieniem płci, formy zatrudnienia, zachorowalności, liczby uprawnionych do emerytur, wypadkowości i inne. Ponadto, za wspomniane dwa okresy prezentowane są podstawowe wskaźniki z zakresu ochrony środowiska, w tym: dotyczące emisji gazów cieplarnianych, fosforu, azotu, ilości wytworzonych i zdeponowanych niebezpiecznych odpadów, ochrony wód, rodzajów zużytej energii, wypadków w transporcie

itd. Dla czytelności wskaźników podano także algorytmy i załączono stosowne objaśnienia umożliwiające zrozumienie tekstu.

Struktura informacyjna Raportu za 2012 rok, w swoich najistotniejszych podpunktach prezentuje, na stu jedenastu stronach następujące zagadnienia: charakter raportu, cele i misje Grupy do 2015 roku, słowo wstępne dr Marijn Dekkersa, strategię Grupy, funkcjonowanie Grupy, problemy związane z innowacyjnością, zagadnienia związane z zatrudnieniem, socjalnym zabezpieczeniem, problematykę ekologiczną [6].

Obserwowane zmiany spowodowane postępującym procesem globalizacji, a także:

- wzrostem świadomości ekonomicznej społeczeństw,
- odpowiedzialnością przed przyszłymi pokoleniami za skutki działalności gospodarczej podmiotów,
- ścierającymi i zmieniającymi się wpływami kulturowymi, co może, nie bez znaczenia zmienić kryteria ujawniania i formy prezentacji informacji ekonomicznych, a w efekcie prowadzić do poszerzenia zakresu informacji, który pojawiać się będzie w obligatoryjnej sprawozdawczości podmiotów.

Odpowiedzialność oraz koszty poszerzenia zakresu sprawozdań dotkną wprost podmioty oraz zarządy tych podmiotów. W ponadnarodowych organizacjach gospodarczych odpowiedzialność kreujących informację np. w skonsolidowanym sprawozdaniu rozkłada się na zarządy samodzielnych podmiotów kontrolowanych przez jednostkę dominującą a współtworzących skonsolidowany obraz grupy. Zarządzanie przez zarządy podmiotów prezentacją danych (impression management), przy wykorzystaniu inżynierii rachunkowości, to zjawisko inicjujące turbulencję towarzyszącą tworzeniu a w następstwie i interpretacji danych przez interesariuszy. Podkreślić należy bowiem fakt dedykacji adresatom sprawozdań finansowych w kontekście między innymi odpowiedzialności społecznej podmiotów oraz odpowiedzialności twórców tych sprawozdań. Otwartym pozostaje problem weryfikacji sprawozdań.

Literatura

1. Roszkowska, P. *Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność*, Difin, Warszawa, 2011.
2. Gierusz, B., Martyniuk, T., *Rola rachunkowości w świetle społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (CSR)*, [w:] *Problemy współczesnej rachunkowości*, Pracownicy Katedry Rachunkowości SGH (red.), SGH, Warszawa, 2009.
3. Grudzewski, W. M., Hejduk, I. K., Sankowska, A., Wańtuchowicz, M., *Sustainability w biznesie, czyli przedsiębiorstwo przyszłości, zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania*, Poltext, Warszawa, 2010.
4. Burzym, E. *Społeczna funkcja rachunkowości*, Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości, tom 45 (101), SKwP, Warszawa 2008.
5. Gajewska-Jedwabny, A. *Relacje inwestorskie i raportowanie wartości*, [w:] A. Szablewski, R. Tuzimek (red.), *Wycena i zarządzanie wartością firmy*, Poltext, Warszawa 2007.
6. Nachhaltigkeitsbericht 2012 r., źródło : <http://www.nachhaltigkeit2012.bayer.de/de/Nachhaltigkeitsbericht-2012.pdf> (odczyt 17.05.2013)

² Sprawozdawczość finansowa podlega w ostatnich latach nieustającej krytyce; chodzi przede wszystkim o dokonywanie pomiaru w koscie historycznym. Wynika to z faktu, że wycena jest czynnością pierwotną w stosunku do pomiaru i prezentacji dokonań, zatem jednoznacznie determinuje koszty ujmowane w rachunku zysków i strat i wpływa na wielkość wyniku finansowego jednostki. W przypadku spółek publicznych właściwie sporządzone sprawozdania mają szczególne znaczenie, ponieważ zawarte w nich informacje finansowe są podstawą do obliczania wielu wskaźników, na bazie których aktualni i potencjalni inwestorzy oceniają atrakcyjność konkretnej spółki, co z kolei przekłada się na kształtowanie kursów jej akcji.

³ Przykładem próby regulacji sprawozdawczości zrównoważonego rozwoju jest raport według zaleceń *Global Reporting Initiative (GRI)*, jest on wystandaryzowany i może zostać sporządzony na trzech podstawowych poziomach aplikacji z wytycznymi.